

# LA ADECUACIÓN DE LOS PROGRAMAS DOCENTES A LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES EN LAS TITULACIONES DEL CAMPO DE LAS CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN: UNA FORMACIÓN DE TRANSICIÓN HACIA EL MERCADO LABORAL

FERNANDO LÓPEZ PAN



**De izquierda a derecha, Fernando López Pan y Rosa Arraéz Betancort (Decana de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Información de la UEMC).**

---

## Fernando López Pan

D. Fernando López Pan es Profesor de Comunicación e Información escrita, Periodismo Especializado y Periodismo Literario en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. Doctor en Comunicación, sus principales líneas de investigación se centran en la Teoría de los Géneros Periodísticos, la Redacción Periodística como disciplina académica y el Periodismo Literario. Entre sus publicaciones y colaboraciones en revistas científicas destacan las relacionadas con el análisis del discurso para la teoría y práctica del periodismo, la columna periodística, el arte de las citas y sus implicaciones éticas y la teoría y práctica de los géneros en prensa, radio, televisión e Internet.

# LA ADECUACIÓN DE LOS PROGRAMAS DOCENTES A LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES EN LAS TITULACIONES DEL CAMPO DE LAS CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN: UNA FORMACIÓN DE TRANSICIÓN HACIA EL MERCADO LABORAL

FERNANDO LÓPEZ PAN

*Vicedecano de Ordenación Académica. Universidad de Navarra*

## INTRODUCCIÓN

Mi conferencia parte de una serie de premisas que debo mencionar cuanto antes para no generar falsas expectativas. En concreto, estas seis.

**Primera.** Aunque he sido invitado en tanto que coordinador –en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra– del plan de adaptación al Espacio Europeo de Estudios Superiores, no la represento a ella ni, mucho menos, a la Universidad. Por eso, todo lo que diré aquí, será a título personal. Me parece importante insistir en que no soy portavoz de mis colegas del claustro de la Facultad, entre los que hay algunos que podrían no coincidir con parte de las ideas que expondré en este foro.

**Segunda.** Mi área de especialidad es el Periodismo; y esa ha sido mi preocupación intelectual desde hace más de veinte años. Por tanto, aunque llevo unos meses con un horizonte más amplio que abarca las tres licenciaturas, no puedo evitar una fuerte impronta de mi preparación como profesor de periodismo. De todos modos, he procurado pensar en las tres licenciaturas.

**Tercera.** A pesar de la proximidad del 2010, el Ministerio todavía no ha aprobado un plan sobre los estudios de comunicación. Nos movemos, por tanto, con incertidumbre; aunque bien es cierto que las tendencias que se perciben parecen definitivas; o al menos difícilmente reconducibles.

**Cuarta.** Procuro seguir en mi trabajo el principio de *la economía del esfuerzo intelectual*, o sea, no invertir tiempo mental ni material mientras no haya un marco legal de los estudios de comunicación. De hacerlo, sería como pedalear en una bicicleta estática o correr sobre una cinta móvil: sirven para desarrollar y mantener en forma la musculatura intelectual, pero no para avanzar.

(Algo que sí hubiera hecho de encontrarme en posición de influir en quienes adoptan las decisiones).

**Quinta.** Por eso, para no enredarme en lo que puede modificarse, seré esencialista en mi aproximación: me extenderé en lo que considero nuclear de las tareas comunicativas; es decir, lo que no cambiará con independencia de cómo se configuren los estudios.

**Sexta.** En tanto que esencialista y atenta a lo nuclear, en mi intervención no manejaré datos sobre perfiles profesionales específicos, sobre situación del mercado en España y en Europa, o sobre las tendencias de la industria de la comunicación en el mundo, etc. Tampoco usaré términos técnicos cuando hable de competencias de distinto tipo.

Como es lógico, estas premisas dan a mi exposición una perspectiva peculiar y explican (y espero que justifiquen) la estructura de la conferencia:

- se inicia con una brevísima historia –conocida, pero oportuna en este contexto– de los estudios universitarios de comunicación en España y Europa;
- sigue explicando la conveniencia de que los profesionales de las distintas actividades comunicativas se formen en la universidad; y,
- antes de las conclusiones, se cierra con un despliegue de los elementos básicos que, a mi juicio, deberían proporcionar las facultades para justificar la formación universitaria de los comunicadores.

Vayamos con esa breve historia.

## MODELOS DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN EN ESPAÑA Y EN EUROPA

### **España**

Los estudios de comunicación llegaron a la universidad española en octubre de 1971, cuando se crearon las Facultades de Ciencias de la Información, con una única licenciatura en Periodismo. Los planes de estudio iniciales cambiaron con la reforma universitaria de 1991, que diversificó la única licenciatura en tres: Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas. La Universidad española daba así respuesta a la variedad de profesiones comunicativas que habían surgido en los años 80.

Hoy, a los 35 años de la llegada a la Universidad y después de 15 años de aplicación de la primera reforma, los estudios de comunicación se enfrentan a un nuevo cambio, marcado en este caso por la adaptación a Europa y la

creación del Espacio Europeo de Estudios Superiores. Y se enfrenta a ese nuevo cambio con la fragilidad de su escasa madurez; pero con la ventaja de una demostrada flexibilidad y una estructura menos rígida que la de otras áreas, y por tanto con un mayor margen para plantear y asumir cambios que le adapten a las realidades profesionales; y a los criterios educativos europeos. Claro que el horizonte europeo con el que se busca la homogeneización limita los cambios. ¿Y cuál es ese horizonte europeo?

## Europa

Sintetizaré aquí en dos puntos lo que se detalla en el Libro Blanco de la Comunicación (A partir de aquí, LBC)

**Primer punto.** Los estudios universitarios de Comunicación en Europa también son recientes: en torno a los 30 y los 20 años<sup>1</sup>. Por eso se habla en el libro de cierta «bisoñez»; que se atribuye «al escaso avance del proceso de profesionalización de las actividades comunicativas»; y que, a su vez provoca:

- 1) El predominio de «una educación general en comunicación denominada de diversas maneras: «Ciencias de la Comunicación», «Estudios de Comunicación», «Ciencia de los Media», «Estudios de los Media», «Medios y Ciencias de la Comunicación», «Información y Comunicación», «Comunicación Social», etc.
- 2) El retraso de la especialización a los segundos ciclos de enseñanza. (Aunque también existen titulaciones que «contemplan itinerarios o especialidades en áreas como: el «Periodismo», la «Publicidad», las «Relaciones Públicas», la «Comunicación Audiovisual», el «Cine», la «Comunicación Institucional y Empresarial»..., que, en algunos casos, forman títulos independientes dentro del programa general. Lo que constituye, en cierto modo, una evolución encubierta hacia la diversificación de los estudios de comunicación»).

**Segundo punto.** «Ni el periodismo, ni la publicidad, ni las relaciones públicas, ni los oficios relacionados con la comunicación audiovisual constituyen una profesión propiamente dicha en ningún país europeo». Eso significa que no se requiere el título para ejercer la profesión.

¿Qué sucederá con el EEES? A pesar de nuestra historia y a pesar de que en Europa de algún modo existan itinerarios dentro de unos estudios comunes,

---

<sup>1</sup> Por supuesto, la reflexión académica sobre los fenómenos comunicativos sí es más antigua. Empieza en Alemania y en Estados Unidos.

parece que se impondrá un único título de grado en Comunicación Social, de tres años, que se completan con otro cuarto más práctico, que –probablemente centrado en una de las actividades comunicativas (*Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas*)– de pie a las llamadas *men-ciones* correspondientes. En cualquier caso, en principio, el alumno deberá salir de la universidad con un título de grado que le capacite para el ejercicio de cualquiera de los perfiles profesionales de la industria de la comunicación.

Ciertamente, existe entre nosotros un rechazo a esa fórmula: se entiende como un retroceso frente al carácter pionero de los estudios especializados en España. A juicio de los autores del informe –por lo tanto, de los decanos–, «la formación del periodista o del publicitario, por poner un ejemplo, no puede ser la misma en una titulación general que no contemple especialidades en periodismo y publicidad (ya que la enseñanza concreta para estas actividades profesionales diferenciadas queda reducida a unas pocas asignaturas a todas luces insuficientes para garantizar una adecuada preparación profesional y académica), que en otra que sí las tenga en cuenta». Por eso no entienden<sup>2</sup> que los países ya inmersos en la adaptación al EEES no distingan entre titulaciones: «¿Acaso –se preguntan– cabe seguir planteando en pleno siglo XXI la formación de comunicadores todoterreno que igual hacen de periodistas, que de relaciones públicas, publicitarios, productores de programas audiovisuales, guionistas de ficción, etc.?» (LBC)

En mi caso, prefiero ver la situación como una oportunidad para dos apuestas:

- (1) Primera. Concebir tres años de formación común a todos los perfiles de las tareas comunicativas. En el fondo, esta fórmula se aproxima a la que hemos seguido desde 1992 en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, donde el primer ciclo de las tres licenciaturas es común; y donde la formación específica se reserva para el segundo ciclo (3.º y 4.º). Sé que se trata de actividades diferentes, cada una con su propio perfil, pero entiendo que coinciden en lo sustancial –e incluso en algunas o muchas de las técnicas comunicativas–, y que eso sustancial es gran parte de la necesaria formación.
- (2) Segunda apuesta. Aprobar las menciones en función de las actividades, y no de los medios: los estudios deben distinguirse por la distinta finalidad de las respectivas actividades. Y esas actividades –ya sea Periodismo, la Publicidad o la Comunicación Institucional– se despliegan a través de todos los medios posibles: prensa (diarios y revistas), radio, televisión, internet, etc. Y los medios imponen elementos circunstanciales, pero no sustanciales.

---

<sup>2</sup> «La carencia de una adecuada definición de las distintas actividades comunicativas (que no están convenientemente delimitadas), con su correlativo perfil profesional, es sin duda la principal causante de esta variedad en la enseñanza».

Por cierto, quizá a alguno le haya llamado la atención que entre las actividades comunicativas no haya incluido ni la *ficción audiovisual* ni el *entretenimiento*. A mi juicio, el perfil de los guionistas y productores de ficciones audiovisuales (series de televisión y cine) se aparta del propio de los comunicadores; y se acerca más al ámbito de las Humanidades o de las Bellas Artes. De hecho, en las más prestigiosas universidades estadounidenses, se encuadran con frecuencia en las Arts & Humanities, lejos de los estudios de comunicación. Respecto al entretenimiento, considero que se mueve en un ámbito, el del espectáculo, que nunca ha tenido entidad suficiente como para reclamar en quienes se dedican a él el paso por la universidad. Por eso, soy partidario:

- a) Crear sólo tres menciones: las dichas de *Periodismo*, *Publicidad* y *Comunicación Institucional*.
- b) Postergar los estudios de ficción audiovisual a un posgrado.
- c) Dejar fuera de la universidad la formación de las gentes del entretenimiento.

En cualquier caso —dejando de lado algunos matices—, parece pacíficamente compartida en Europa la idea de que los comunicadores deben formarse en la universidad. Pero al margen de que exista una visión común y una tradición —todavía discutida— de estudios universitarios de comunicación, la pregunta relevante, antes de idear en lo sustancial unos planes de estudio que garanticen una formación adecuada para el nuevo mercado laboral, ya de entidad europea, es la siguiente: ¿Deben formarse en la universidad los comunicadores? Habrá que ver si deben hacerlo en ese entorno y, en ese caso, por qué y cómo garantizar que los estudiantes reciban lo que justifica su paso por las facultades de comunicación. Y eso es precisamente lo que abordaré a continuación.

## LOS COMUNICADORES EN LA UNIVERSIDAD

El debate sobre si los comunicadores deben ser formados como tales en la universidad, como es bien sabido, viene de lejos; y es heredero del inicial debate entre los que consideran el periodismo como un oficio, que se aprende en las redacciones, y los que reclaman para el periodista una formación de altura académica. Dado que el debate lleva más años en el terreno del Periodismo, lo abordaré desde esa actividad (pero sin olvidar las otras). Seguiré al catedrático de Periodismo Luis Núñez Ladeveze)<sup>3</sup> por estas razones:

---

<sup>3</sup> Aborda estas cuestiones en varios de sus trabajos: 1991, 2002 y 2004. Aquí, por simplificar, seguiré el primero de los trabajos.

- a) Me parece que es el que más profundiza en la reflexión sobre ese debate
- b) Coincido con él plenamente
- c) Considero sus afirmaciones extrapolables a las otras actividades: *la Publicidad y la Comunicación Institucional*. Por eso, casi todo cuanto se diga aquí sobre periodismo, habrá de entenderse como referido a las otras dos actividades. Señalaré cualquier excepción.

Veamos el planteamiento de este autor.

Para Ladeveze, en principio, nada parece exigir que los periodistas se formen como tales en la universidad: no existe una teoría del periodismo (de la Publicidad y de la Comunicación Institucional, añadamos nosotros) previa a la práctica, que sea necesario conocer antes de ejercerlo. O dicho de otro modo, «la naturaleza de esa práctica es independiente de cualquier teoría explicativa» (1991, p. 23). En esto –dice– coincide con otras artes liberales como la medicina o la ingeniería, en las que tampoco existe una teoría previa a la práctica. Por otro lado –añade–, para ejercer el periodismo tampoco se requieren unos conocimientos teóricos previos, como sí ocurre en el caso de la medicina o la ingeniería, y que explican que para ejercerlas se exija un título –universitario– que garantice esos conocimientos. Así las cosas, a Ladeveze no le cabe ninguna duda de que la preparación para el periodismo (la Publicidad y la Comunicación Institucional, añadamos nosotros) se adquiere en la práctica profesional: tan es así que, en algún momento, afirma que nada mejor que, como «actividad y práctica», el periodismo se aprenda en una sala de redacción. En este sentido, entiende que el periodista se acerca más al político, al empresario o al sindicalista que al ingeniero o al médico; y como en el caso de estos el paso por la universidad no sería imprescindible.

Pero en contra de lo que cabría esperar, *Ladeveze* no concluye renunciando a la formación universitaria del periodista y apostando por una mera formación en las destrezas profesionales. Al contrario, piensa que el periodismo –una tarea de cierto nivel y cada vez más especializada– hace «progresivamente más útil la formación universitaria» (p. 27) de quienes lo ejercen. Para él no cabe ninguna duda de que –más allá de que se estudie el periodismo o se investigue sobre el periodismo en la universidad– los periodistas deben pasar por la universidad, pues la formación universitaria es la adecuada para ejercer esa tarea en una sociedad post-industrial (p. 23).

Una formación estrictamente profesional, a su juicio, dañaría al periodismo porque no respondería a su auténtica naturaleza: un fenómeno amplio, de gran trascendencia social y de una notable relevancia (p. 14) del que depende que los ciudadanos disfruten del derecho constitucional a la información (p. 26). Para estar a la altura de esa tarea, al margen de que la propia sociedad reclame a los periodistas «una formación integral y humanística» (12); Ladeveze entiende indispensable proporcionarle un plus de formación.

(Una trascendencia similar, por razones distintas, se podría conceder a las otras dos actividades, en cuanto configuradoras de estilos y modelos de sociedad).

Ahora bien, que el futuro periodista pase por la universidad no implica necesariamente que lo deba hacer por una facultad de periodismo: cabría hacerlo por una facultad específica del tema sobre el que uno quiera ejercer como periodista. Ladeveze apuesta por las facultades de periodismo y –aunque sitúa el periodismo junto a otras muchas profesiones que no requieren título (como sociólogos, políticos, traductores, etc.)– piensa que el tiempo ha demostrado que las facultades sirven y se acertó al crearlas. Y entiende que de hecho se han impuesto como vía de acceso al periodismo porque éste es «una profesión intelectual especializada», aun cuando sea preciso reconocer que esa especialización depende «del nivel y grado de su ejercicio» (p. 27): no es lo mismo el periodismo deportivo o rosa que el periodismo económico o de divulgación científica.

Al margen de esa justificación de hecho –las facultades se han aceptado porque funcionan y funcionan porque la tarea del periodista exige esa formación–, la apuesta de Ladeveze por las facultades de periodismo se apoya en otras dos razones. Veámoslas.

**Primera.** La existencia de las facultades se justifica por la conveniencia de que el periodista se dote una teoría explicativa que aúne lo práctico de las actividades y lo teórico. Y a su juicio, no hay mejor lugar para desarrollar una teoría específica que armonice lo teórico y lo práctico que las facultades de periodismo. Piensa que sólo unas facultades así evitarán el riesgo de reducirse a simples escuelas de adiestramiento o talleres de prácticas –por otro lado, inútiles porque son incapaces de competir con unas salas de redacción que cumplen mejor ese objetivo–, promoverán «estudios e investigación sobre el material periodístico» y contribuirán «a dignificar la mentalidad y la cultura de los periodistas» (p. 31).

Además, afirma que sólo una teoría de esa naturaleza da sentido a unos estudios de periodismo que, sin ser ajenos a la profesión ni estar «servilmente» a su disposición, tengan rango universitario. Y unos estudios –comenta– no son universitarios por el simple procedimiento de estar en la universidad; sino por su vocación teórica y por «preparar a ciudadanos con capacidad crítica para realizar sus funciones profesionales, capaces de orientarse por sí mismos en el ejercicio de su profesión aunque tengan que adquirir en el bufete, en la consulta o en la redacción, la experiencia profesional o el hábito artesanal que la Universidad nunca tuvo por qué suministrarle» (p. 15).

Ladeveze atribuye a esa teoría explicativa que las facultades de periodismo consigan una docencia ligada a la profesión que, al mismo tiempo:



- (1) no renuncie a la dimensión explicativa de la teoría ni a la reflexión crítica sobre la profesión y sus productos;
- (2) ayude a los periodistas a someter a autocrítica sus motivaciones éticas y culturales y
- (3) facilite el adiestramiento (p. 15).

Y avanzar en esa teoría explicativa servirá a los profesores de periodismo, a los estudiantes y a los periodistas para que comprendan su propio trabajo (p. 15).

**Segunda.** Sin facultades de periodismo, éste correría el riesgo de convertirse en un mero tema de estudio de otras disciplinas. Y en ese caso –añade–, los alumnos estudiarían temas de periodismo, no la actividad periodística (15), y la enseñanza teórica se desvincularía del ejercicio de la profesión. Si eso sucediera, advierte del riesgo de caer en una teoría descarnada, con dos consecuencias:

- (a) los estudiantes de esas disciplinas funcionarían al margen de la profesión y
- (b) los periodistas se separarían de la Universidad, entre otras cosas porque su preparación se realizaría entonces en un entorno estrictamente profesional.

Ahora bien, no le basta con esas dos razones; es necesario que las facultades justifiquen su utilidad. Y, para el caso del Periodismo, esa utilidad le lleva a añadir una tercera razón: que las facultades den a los alumnos una «formación humanística y literaria» que les prepare «en el uso del lenguaje y estimule» en los periodistas «su capacidad expresiva y destreza elocutiva, de modo que los vicios y ligerezas del estilo periodístico pasen de ser la regla a ser la excepción» (p. 24).

Como es obvio, las tres razones y el conjunto de la argumentación, le llevan a considerar «una estupidez» discutir sobre las facultades y afirmar que la única discusión con sentido debe buscar cómo mejorarlas, para lo que reclama la colaboración entre académicos y periodistas, y la autocrítica conjunta, lejos del desprecio mutuo desgraciadamente tan frecuente (p. 14).

Dicho sea de paso, pienso que la adaptación al nuevo EEES ha sido una oportunidad perdida para ese trabajo conjunto entre académicos y comunicadores. De todos modos, todavía cabe que, dentro de los márgenes que dejarán los planes de estudio, cada facultad –o el conjunto de varias facultades– estudie cómo mejorar esa formación de los comunicadores en su ámbito concreto. Precisamente, dar algunas indicaciones sobre qué aspectos considero claves en esa formación es el objetivo de lo que sigue.

## LA FORMACIÓN DE LOS COMUNICADORES EN LAS FACULTADES DE COMUNICACIÓN

Ya en la introducción adelante que mi enfoque sería esencialista, o dicho de otro modo, trataría de ir a lo permanente y a los aspectos comunes en la formación de todo comunicador. Y así lo haré ahora.

¿Qué considero común a los periodistas, a los publicistas y a los comunicadores institucionales? Lo común a todos ellos es lo que podríamos englobarse bajo algo tan genérico como *saber comunicar*.

### **Saber comunicar**

¿Y en qué se puede concretar ese saber comunicar? A mi juicio<sup>4</sup>, en otros tres saberes:

(1) **Saber hablar**

(2) **Saber escribir.**

(3) **Saber expresarse en imágenes**

Al respecto de esos saberes, señalaré tres ideas:

- a) Alguien que domina esas tres habilidades culturales en lo que tienen de esencial, estará en condiciones de adaptarlas a cualquier actividad que desarrolle: ya sea a la escritura de un discurso, a la preparación de una campaña política, a la elaboración de un reportaje, etc. Lógicamente, esas tres habilidades prácticas deberán ajustarse a las peculiaridades de cada actividad, y ahí empiezan las imprescindibles variaciones.
- b) Esas habilidades culturales se imponen a los meros conocimientos, a las destrezas técnicas y a las habilidades ligadas a lo tecnológico, que cambian con una rapidez creciente: lo que hoy es innovación mañana se retira por obsoleto.
- c) Esos tres saberes son mucho más que el mero hablar correctamente, redactar con orden y dominar los aparatos tecnológicos que permiten grabar o editar imágenes. Ciertamente, en todas esas actividades hay algo de mecánico, que debe dominar el profesional. Por ejem-

---

<sup>4</sup> Lógicamente, lo que expongo a continuación es resultado de muchos intercambios con colegas universitarios, tanto de Pamplona como de otras universidades. En especial, me siento en deuda con José Francisco Sánchez (véanse las referencias bibliográficas del final), quien me dirigió la tesis doctoral y me atrajo a este mundo del periodismo.

plo, un buen escritor dominará la mecánica de la escritura, el aspecto gramatical, sintáctico y morfológico. También las estrategias retóricas de la exposición y los diferentes tipos de textos. Pero el que sabe escribir se sirve de lo técnico porque tiene algo que decir. (Siempre que hablo de esto, recuerdo lo que me sucede con los alumnos que me enseñan las cartas que enviarán a los directores de los medios en los que quieren hacer prácticas. Las leo, elimino lo obvio, lo repetido, lo superfluo, y de tres párrafos pasamos a 3 líneas. Se quedan desconcertados, y ese desconcierto es el punto de partida para explicarles que las palabras están para algo, que cada palabra debe contar; debe añadir algo, y si no añade, entonces sobra. Como dice un entrenador de escritores, un coche nos permite ir rápido de un lugar a otro, salvo en los atascos; pues con las palabras sucede lo mismo: pocas comunican, muchas atascan).

Precisamente, para que las palabras y las imágenes cuenten, esos tres saberes implican otros cuatro previos:

(4) **Saber mirar**

(5) **Saber escuchar**

Como dice Iñaki Gabilondo, «para hacer bien una entrevista hace falta saber escuchar y querer entender. Nada menos. Saber escuchar es arte inédito, que apenas unos pocos han explorado en pasos incipientes. Lo de querer entender es hoy en día un contrapelo, una contracorriente» (en Quesada, p. 7).

Prestar verdadera atención (el saber escuchar de Gabilondo) es muy difícil:

- Exige enfocar los cinco sentidos y todas las potencias interiores en la persona a la que estamos escuchando.
- Implica capacidad de concentración: que la imaginación, la memoria, la inteligencia y los sentidos externos (vista y oído) estén focalizados en un asunto. Conviene tener bien presente lo que dice Robertson: «Nueve décimas partes de la comunicación de una persona se envían por cauces no verbales a través de la postura, los gestos, el tono de voz y otros muchos factores. De modo subconsciente, todos leemos esta comunicación no verbal y respondemos a ella con nuestro propio estilo de mensajes no verbales» (p. 124).

(6) **Saber pensar**

En este ámbito, me limitaré a reproducir tres citas, sin acompañarlas de ningún comentario porque son suficientemente elocuentes:

No olviden que en este mismo instante, si tuviéramos unos oídos sutiles, percibiríamos el trajín incesante de los telares donde se están tejiendo las creencias de nuestra cultura. O con una metáfora que expresa mejor mi intranquilidad: el murmullo de los laboratorios clandestinos donde se están elaborando las drogas que pueden dulcemente intoxicarnos. Si no estamos alerta acabaremos actuando de acuerdo con lo que se ha decidido no sé dónde, creyendo que estamos siendo auténticamente libres (Marina, *Crónicas de la ultramodernidad*, pág. 37).

La mayoría de las ideas que aceptamos las han pensado otros y corremos el riesgo de tragarlas como píldoras, sin saber cuáles son sus principios activos. Una vez dentro, se expanden y actúan de manera salutar o venenosa, fuera ya de nuestro control. Por eso les recomiendo que antes de zamparse una pastilla o una idea revisen con cuidado su composición (Marina, *Crónicas de la ultramodernidad*, pág. 48).

Pensar como los demás dispensa de reflexionar, y la rutina es un cómodo carril; pensar por sí mismo requiere un trabajo de busca, un estudio de los problemas concretos y un esfuerzo para encontrarles soluciones apropiadas. Además, afirmar un pensamiento personal contra una corriente de ideas opuestas, pensar contra lo que repiten nuestros prójimos, nuestros socios, la gente de nuestra propia orilla, requiere una energía y una firmeza mucho menos comunes que la silenciosa apatía. Muchos se adhieren a las opiniones prefabricadas por miedo a las sospechas de la gente que les rodea, y en ocasiones por temor a sus amenazas o a sus represalias (Chevrot, G: *En lo secreto*, págs. 258 y 259).

Y estos tres nos llevan al cuarto:

- (7) **Saber acerca de la condición humana;** a la que se accede, entre otras, por estas vías:

### *Experiencia*

- Que no da el simple paso del tiempo (el tiempo, de por sí, hace que ganemos peso, perdamos pelo, ensanchemos, tengamos más anécdotas...);
- Si no va acompañado de la reflexión, que obliga a huir del activismo, pensar por qué se hacen las cosas:
  - \* Dar vueltas a las constantes humanas: el dolor, el sufrimiento, la felicidad.
  - \* Preguntarnos qué nos pasa y por qué nos pasa lo que nos pasa. Atreverse a entrar en nuestro interior: hacernos cargo de ese mundo interior que todos tenemos dentro. Dar vueltas a nuestras experiencias.

Esto requiere momentos de reposo, de sosiego, de tranquilidad, de quedarse a solas con uno mismo: espacios de silencio. Hay que enseñar a buscarlos.

### *Estudio*

Las disciplinas humanísticas y las ciencias sociales. Sabiendo hacer ver a los alumnos que la carrera da la dieta mínima. Por eso, convendrá cursar asignaturas optativas que formen intelectualmente, y no tanto en las habilidades técnicas y en la práctica.

### *Lectura (y buen cine)*

Ahí aparecen las grandes pasiones, el mundo interior de un montón de personajes, vidas distintas de las nuestras que nos ayudan a adentrarnos en la entraña de esa humanidad.

También ayuda mucho leer biografías y autobiografías de otras personas: vemos personajes en evolución tal y como les presentan otros o tal y como se presentan ellos mismos. Nos acercamos a gente que trata de dotar sentido a la historia de su vida.

Experiencia, estudio y lecturas se entrecruzan: el estudio y la lectura se vuelcan sobre la vida, ayudan a pensar sobre ella; y se convierten así en espacios de silencio.

Considero imprescindible preparar a los estudiantes de comunicación en estos **7 saberes** mencionados si queremos dotarles de competencias profesionales que les hagan realmente competitivos, o sea, insustituibles en buena medida y con una capacidad de adaptación a los cambios en una sociedad y en unas profesiones que evolucionan a ritmos acelerados. Nuestros alumnos estarán en óptimas condiciones para la adaptación a los cambios si reciben esas bases comunes, que también les ponen en condiciones de actualizarse a través de los *masters* y los cursos profesionales (que, en buena lógica, empezarán a proliferar). Si no les diéramos esas bases, significaría que habríamos puesto la clave de la formación en lo técnico y tecnológico. Pero entonces estaríamos preparando profesionales:

- a) intercambiables, fácilmente reemplazables, o sea, prescindibles, y
- b) con una capacidad de desarrollo limitado. No debemos olvidar que en la universidad diseñamos el ADN de nuestros estudiantes, los límites de su crecimiento. Otra metáfora: levantamos la grúa que va a marcar el máximo de la altura que puede alcanzar el edificio; o sea, el alumno. De otro modo: proporcionamos los cimientos sobre los que levantar lo propio de las menciones, lo más especializado de los posgrados y esa formación continuada tan necesaria hoy.

Pero, como el lógico, no basta con esos saberes intelectuales: es preciso familiarizarles con los contextos de las actividades comunicativas (conocimientos de empresa, de marketing, de derecho, etc.) y prepararles en lo práctico-profesional. En este segundo ámbito de tal relevancia que me detendré algo más en él.

## Importancia de la docencia práctica

Un centro de formación de comunicadores ha de preparar a sus alumnos para el ejercicio de un saber práctico, ese tipo de saberes en los que para saber lo que hay que hacer hay que hacer lo que se quiere saber. De ahí, la transcendencia de las prácticas, que han de cuidarse con esmero. Cualquier saber práctico exige que el estudiante ejercite la actividad correspondiente acompañado y tutelado por el profesor, no sólo porque así se adquieren las habilidades más técnicas, sino porque en el hacer se ponen en juego las destrezas intelectuales, el mundo ideológico y vital del alumno y su carácter moral. En el hacer práctico –que desborda con mucho lo meramente técnico–, entran en juego las dimensiones social, política, retórica, estética y ética, y quien acompañe en ese hacer se sitúa en una posición privilegiada para integrar el resto de los aspectos formativos, consolidar en el alumno un estilo profesional y ayudarlo a forjar una personalidad firme. Por tanto, la calidad y la hondura de la docencia práctica –que no técnica– se convierten en decisivas en la formación de los profesionales de la industria cultural de la comunicación.

### *Papel clave del profesor de las asignaturas prácticas*

De lo expuesto hasta aquí, se derivan dos consecuencias:

- (1) La relevancia del profesor sobre el que gravitan las prácticas. A las razones esenciales, se añade que esos profesores refuerzan la credibilidad/autoridad de la Facultad ante los alumnos y la propia industria, influyen en la impresión que los alumnos se llevan de la Universidad (aquella depende en buena medida de la calidad de los profesores con los que han tenido más trato, y los de prácticas, por la propia naturaleza de sus tareas, son los más próximos a lo largo de los cuatro años) y crean lazos duraderos con los antiguos alumnos. En síntesis, quienes imparten las asignaturas prácticas son una pieza **clave en la formación** intelectual y moral de los alumnos de comunicación: los buenos profesores *refuerzan los principios* que se explican en las clases teóricas, *enseñan destrezas y actitudes*, despiertan y *encauzan la sensibilidad ética* de los alumnos, *enraízan en los alumnos un proyecto vital que les dé firmeza para superar las dificultades* que encontrarán en las empresas, *contribuyen a la credibilidad y la buena imagen de la Facultad* y *facilitan mantener una relación fluida con los licenciados y con la industria de la comunicación*.
- (2) Los candidatos para este tipo de docencia deberían aunar (a) una **honda formación intelectual**, (b) una **sólida preparación profesional** y (c) una gran **sensibilidad ética**.

Y una conclusión: **no atender en la proporción adecuada a la enseñanza del saber hacer comunicativo dañaría irremediablemente el sentido y la razón de ser de una Facultad de Comunicación.**

### *Ámbitos de la docencia práctica*

Para formar a los alumnos en el saber hacer profesional, las Facultades deben contar con tres instrumentos.

- a) La docencia práctica ordinaria: las asignaturas prácticas del plan docente (cursadas por todos los alumnos).
- b) La realización de prácticas en empresas de comunicación. Por eso, las facultades deben implicarse más en la selección de las empresas como en la valoración de las prácticas y el papel del asesor del alumno en la empresa correspondiente. Convendría elaborar informes en dos direcciones: por un lado, que los alumnos valoren el aprendizaje y el trato recibido; y, por otro, que las empresas califiquen el trabajo de los alumnos en prácticas.
- c) Un tercer instrumento, importante, pero no imprescindible, y desde luego útil en la medida en la que no agota los esfuerzos del claustro es el de proporcionar a los alumnos medios propios de las facultades: auténticas escuelas de comunicadores. En el caso de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra contamos con la emisora *98.3 Radio*, la productora *Euroview*, la revista *Nuestro Tiempo* y el *Gabinete de comunicación*, responsable de la cobertura de las informaciones que genera la Facultad y que, en el próximo curso, hará las funciones de un periódico electrónico.

Para lograr la síntesis de los 7 saberes y la docencia práctico-profesional tal y como he definido, pienso que los planes de estudio de las facultades de Comunicación deberían articularse en torno a cuatro objetivos:

### ELEMENTOS CLAVE EN EL DISEÑO DE LOS PLANES DE ESTUDIO. A MODO DE CONCLUSIÓN

#### (1) **Una formación intelectual y cultural amplia, sólida y profunda**

Esta formación, que se recibe en las disciplinas humanísticas y sociales: Retórica, Psicología, Literatura, Lengua, Historia, Sociología, garantiza que la Facultad no se convierta en una simple escuela profesional y contribuye a educar personas capaces de superar el vicio de la superficialidad y la falta de reflexión. Además, prepara a los licenciados para afrontar tareas y ocupaciones laborales muy diversas.

(2) **Un conocimiento adecuado de los contextos y de los contenidos de las actividades comunicativas**

Este conocimiento incluye la dimensión más teórica del fenómeno comunicativo, los aspectos legales y económicos, políticos y sociales.

(3) **Un dominio notable de las habilidades y destrezas práctico-profesionales**

Esas competencias adquiridas –de modo básico, pero suficiente– en la universidad son imprescindibles para integrar los conocimientos de los dos ámbitos anteriores y para facilitar la incorporación de los licenciados al mundo del trabajo. Este aspecto de la formación tiene tal relevancia –porque enseña a decidir con acierto en diferentes circunstancias (saber prudencial)– que ya en los actuales planes docentes de 1992 hay un porcentaje muy alto de asignaturas esencialmente prácticas. Y el Espacio Europeo de Enseñanza Superior (EEES) acentúa esa ya notable dimensión práctica de los títulos de grado.

Aquí encuentran su lugar las asignaturas prácticas de los respectivos perfiles profesionales (Redacción periodística, Diseño, Creatividad Publicitaria, Teoría y práctica de las Relaciones Públicas, etc.)

(4) **Un empeño por fomentar un comportamiento profesional acorde con los principios** deontológicos y con la honradez personal. Actúa a través de los dos primeros objetivos, y confluye en el de las destrezas y habilidades, donde los alumnos operan con los conocimientos recibidos y ejercitan el saber profesional<sup>5</sup>.

Estos cuatro núcleos deben desplegarse en una serie de asignaturas con métodos pedagógicos propios: en el intelectual y en el del conocimiento de los contextos, similares a los más tradicionales; distintos –y parcialmente novedosos– en el de las habilidades–destrezas y, como natural consecuencia, en el deontológico: lo práctico –con su inherente dimensión ética– debería encajar como la clave del arco de la formación que impartan las facultades. Entiendo que conseguir esa articulación –y concluyo ya– es el reto que deberá asumir cada facultad.

---

<sup>5</sup> La profesora de Deontología periodística de la Universidad de Navarra, Mónica Codina, afirmaba en un coloquio que «en las prácticas, se consolidan, de modo natural, las `buenas praxis profesionales´ y se corrigen las malas:

- a) las posiciones teóricas erróneas ceden ante el tratamiento competente de una información;
- b) la formación se proporciona desde el área que tiene mayor poder de atracción sobre el alumno y que le interesa dominar para poder desempeñar su trabajo;
- c) se enseña no sólo a detectar un problema ético o deontológico, sino posibles modos de afrontarlo en la práctica;
- d) se incentiva la creatividad para solucionar los problemas con sentido profesional».



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CHEVROT, G. (1978 4.ª ed.): *En lo secreto*, Madrid: Rialp, 1978.
- *Libro Blanco de Comunicación*.
- MARINA, J. A. (2000): *Crónicas de la ultramodernidad*, Barcelona: Anagrama.
- NÚÑEZ LAVEVEZE, L. (1991): *Manual para periodismo. Veinte lecciones sobre el texto y el contexto*, Barcelona: Ariel.
- (2002): «Encuentro entre teoría y práctica del periodismo desde un enfoque interdisciplinario», en *Análisi*, n.º 28, pp. 79–96.
  - (2004): «El periodismo desde un enfoque interdisciplinario», en J. Cantavella y J. F. Serrano: *Redacción para periodistas: informar e interpretar*, Barcelona: Ariel, pp. 17–50.
- SÁNCHEZ, J. F. (1994): «Señas de identidad del comunicador», en M. Fernández Areal (editor): *Comunicación Social*, Santiago de Compostela: Xunta de Galicia.
- (2000): «La escritura como modo de vida. A propósito de un tal Pomar», en J. F. Sánchez: *Vagón-bar*. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias.